

## 持続可能な社会に向けての消費者教育の転換 1

著者	尾島 恭子, 大浦 美雪, 分校 淑子, 綿引 伴子
雑誌名	金沢大学教育学部紀要.教育科学編
巻	53
ページ	117-122
発行年	2004-02-28
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2297/716">http://hdl.handle.net/2297/716</a>

# 持続可能な社会に向けての消費者教育の転換(第1報)

## ：研究の枠組みと授業内容の検討

尾島 恭子・大浦 美雪\*1・分校 淑子\*2・綿引 伴子

### Changing Consumer Education for Sustainable Society(1): Examination of Framework of the Study and Teaching Plan

Kyoko OJIMA, Miyuki OURA, Toshiko BUNKO and Tomoko WATAHIKI

#### 1. 緒言

現在、資源の枯渇や生態系の破壊等が危惧され、地球規模での環境問題が叫ばれる中で、「持続可能な社会」を目指すことが時代的な課題となっている。それは、従来の大量消費・大量廃棄型の消費構造をもつ社会システムの見直しであると同時に、消費者にも持続可能な社会に貢献しうる消費行動への見直しが求められているものである。これまでに日々の生活のあり方に問い直しを求める議論<sup>i</sup>や、持続可能な社会にむけた消費者教育の議論<sup>ii-iv</sup>は多く見られた。また、学校教育／家庭科教育の中でも持続可能な社会の形成を視野にいたした議論も展開されているところである<sup>v-viii</sup>。

しかし、現状の家庭科教育の授業において、持続可能な社会に貢献しうる消費者育成のための有用な授業実践プログラムが考案されているとは言い難い。一方で今後は、学校教育の場において、持続可能な社会に責任の持てる消費者の育成は一層重要となってくると考えられよう。そこで本研究では、家庭科教育において「持続可能な社会」を目指した消費者教育の授業実践プログラムを考案することを目的とした。すなわち、資源の枯渇や大気汚染、生態系への悪影響などが危惧される中で、経済的にも生態系的にも安心・安全が次世代に保証されるような社会であるためには、消費者はどうあるべきかを、生徒一人一人に考えさせる授業を目指した

授業を考えていこうというものである。

なお、本稿では、一連の研究の目的あるいは研究枠組み、さらには授業内容の検討を中心に報告する。

#### 2. 本研究の視点

持続可能な社会に責任のもてる消費者とは、如何なる者であろうか。それは、換言すれば、社会的意思決定能力を備えた生活環境醸成的な意識を持つ消費者ということになろう。本研究ではそのような消費者育成のために、次の2つの視点を基底に考察を進めていく。

##### (1) 「生活者としての消費者」の自覚

従来の家庭科教育における消費者教育は、主として家庭経済領域内で議論され、悪質商法に騙されることのないように、など経済的な損失を回避することが中心の、販売・契約・取引関係の学習が主であった。しかし、本研究の目指す持続可能な社会に向けての消費者教育においては、単なる「生産者の提供する財・サービスを購入し、消費する者」としての、狭義の消費者を対象として考えていくのでは不十分である。その前提には我々は「生活のあり方を包摂する概念であり、一定の倫理的・公共的な関心や、実践を伴う人間像」としての生活者であるという自覚が重要なのである。そこで、1点目は「生活者としての消費者」という自覚をもつという視点で考察をすすめた。すなわち、図1のよう

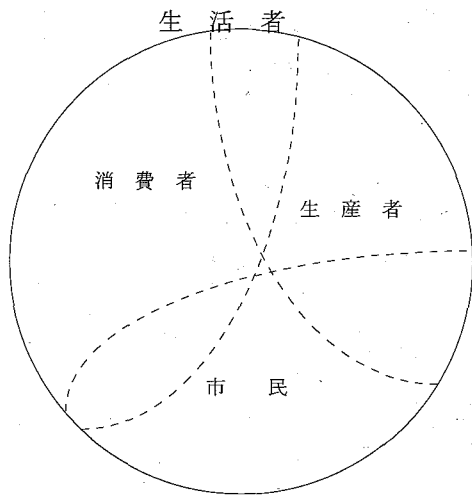


図1 生活者としての消費者

に、消費者とは生活者の一側面を表しているにすぎない、という理解である。なお、本研究では生活者・および消費者については表1に示すような概念基準ののっとり、生活者を消費者の広義概念と位置づけたうえで、我々は消費者

であると同時に生活者であるとの自覚のもとに議論を進めていくものである。

そこには、いうまでもなく、家庭経済領域内の消費者教育ではなく、経済市場原理をこえた広義生活領域全体にかかわる消費者教育が重要となり、すなわち、個人の消費を単にコンシューマーとしての消費行動のみならず、プロシューマーとして、生産段階から関与しうる問題を視野にいった消費者教育の実現が可能となるものである。

(2) 多角的視野・社会的意思決定の重視

また、2点目の視点として、多角的視野・社会的意思決定を重視することとした。

多角的な視野とは、例えば食品の選択ひとつをとっても、おいしさ、栄養等のみならず、流通の問題、環境の問題、そして人体・生態系への影響、さらには南北問題まで様々な視点をもつことである。

社会的意思決定とは、社会的な責任を担う意思決定であるが、個人的意思決定とともに社会的な意思決定能力の育成も重要であることは、

表1 生活者と消費者

出典	消費者	生活者
日本家政学会編 「家政学用語事典」	「消費者の権利の確立による消費生活の安定と向上を目的として地方自治体で制定されている消費者保護条例では、消費者を「事業者が供給する生活物資(商品・サービス)等を消費して生活する者」としている。」	「……生活環境醸成のため、消費者保護行政、消費者運動、消費者教育、環境教育、環境倫理、男女共生型の職場・家庭生活など、広く人間の生き方、生活のあり方を包摂する概念に発展した。」
(財)消費者教育支援センター 「消費者教育事典」	「……既存の辞典・辞書の多くは抽象概念ではあるが、取引者であり、事業者に対立する概念と位置づけている。」「近年…、従来の概念の修正を提起する主張が顕在化している。」	「私生活に埋没し私利私欲や関心に傾斜し、人間関係の手段化、政治や公共的なものへの無関心という現実に対して、歯止めをかけることのできる一定の倫理的・公共的な関心や、実践を伴う人間像こそ生活者なのである。」
日本生活学会編 「生活学事典」	「一般には、自らの願望を充足するために、生産者の提供する生活財を消費市場から購入して、消耗する人のことをいう。」	「生活者とは、たとえば勤労者や消費者など、行動の形態や属性ではなく、それを超えて特定の行動原理に立つ人々、あるいは立つことを目指す人々を指す。」

日本家政学会編「家政学用語事典」朝倉書店、1993、p.214-215、p.251-252、(財)消費者教育支援センター「消費者教育事典」有斐閣、1998、p.53、96、日本生活学会編「生活学事典」TBSブリタニカ、1999、p.100、102より筆者作表。

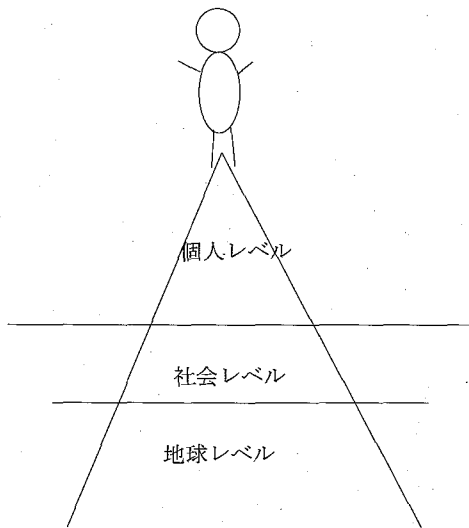


図2 意思決定の位階性

従来から指摘されてはいた<sup>14)</sup>。しかし、個人的意思決定と社会的意思決定とは並列的に並べられるものではない。それらは図2のように、個人の生活の大前提には社会レベル、さらには地球レベルの生活が安定していることが重要であろう。そのため、生徒自身が第一のレベルにある‘地球’を視野に入れずに、個人レベルだけ見ていたのでは、個人生活は安定したものにはなり得ないと認識することも必要である。そういった観点からも、本研究においては、個人の生活を考える際には、多角的な視野から、個人生活の前提にある、社会・そして地球レベルの安定を考慮した意思決定が肝要であることを自覚させうる授業を展開する事とした。

以上のように、本研究は、市場経済の論理だけではない、生活者の市民的倫理的な論理に基づく、能動的主体的な消費行動の育成に関わる授業開発を目指したものである。

### 3. 研究方法

#### 3.1 研究の流れ

上述のような視点にたち、第1に、授業実践プログラムを考案した。対象は中学生および高

校生である。今回は、とくに商品・サービスの購入段階に焦点をあてた授業案を作成した。第2にそれらの授業案をもとに、授業を実践した。そして、第3に、生徒や教師自身による授業評価を踏まえて、本研究の有用性について検討した。その際、より有効なプログラムを提案するために、中・高校生の比較も試みた。

#### 3.2 本授業のコンセプト

授業案の詳細については次項以降で述べるが、ここでは、授業の主要なコンセプトを記す。

##### 1) 「知る」～情報リテラシーの重要性～

商品・サービスを購入する際には、その前提としてそれらの商品・サービスがどのようなものであるのかを「知る」ことが重要となる。そこには商品についての情報が必要になるわけであるが、その情報とは、商品を手にとった際の値段であったり成分表示であったり、あるいはCMであったり、ときには友人の話であったりするかも知れない。これらの情報は、特に近年の情報化社会においては、自分の目で商品・サービスを確かめる以前にそれらの情報を頼りに購買行動を起こすことが少なくはなく、重要な意味をもつものである。しかし、一方でそれらの情報（例えばテレビのCM等）には不確実・不正確な情報が紛れ込んであることがある。そこで、授業を組み立てる一つの留意点として情報リテラシーの重要性を組み込んだ。

##### 2) 「考える」～「持続可能な社会」を担う生活者としての消費者の自覚～

次に、自らが収集した情報をもとに商品・サービスの購入について「考える」という段階へと進める。とくに、生徒自身に、生産者の提供する財・サービスを購入し、消費するという単なる消費者ではなく、「持続可能な社会」を担う生活者としての消費者であることを自覚させる。すなわち、個人の欲求・欲望レベルのみでの選択ではなく、その背景にある地球レベル・社会レベルにまで視野を広げ、価格や便利さ、あるいは食品であればおいしさ等に加えて、流

通の問題、環境の問題、そして人体・生態系への影響など様々な視点をもつことで、個人の消費行動が次世代の存続にもつながるという自覚を促すことに留意した。

上述の2点を踏まえた上で、図3に示すように、それらが購入するに適した財・サービスであるのか否かについて自らが考え、その結果、自らの判断で商品を選択することとなる。

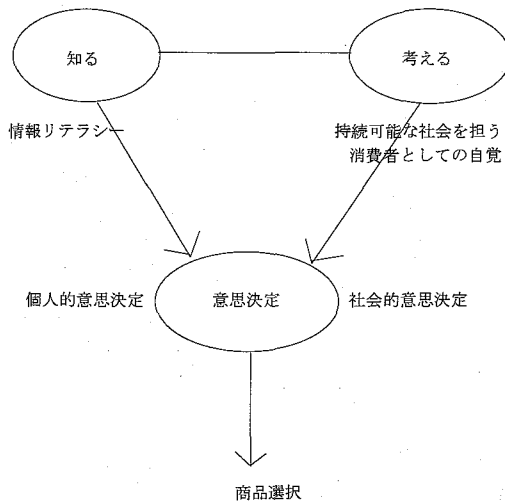


図3 授業の流れ

#### 4. 具体的な授業内容

上記のような流れに従って、中学・高校それぞれの段階に見合った内容・時間数で、上述のコンセプトに基づいた授業を組み立てた。

##### (1) 中学生の具体的な授業内容

①中学生段階においては、「情報リテラシー」に重点を置き、商品・サービスを選択する場合にどのようなことに留意すべきかについて考えさせた。具体的には、今回は、買ってはいけない論争<sup>※</sup>を教材として用い、この論争でとりあげられた商品のなかで、生徒が関心をもちそうな商品を5品とりあげた。これらの記事について、両者の言い分が異なることから、偏った情報からのみ知識を得ることの危険性を自覚させ、

またすべての情報はそのまま鵜呑みにはできないこと、すなわち先ほどの情報リテラシーの必要性について意識させることを意図した(2時間)。

②次に、持続可能な社会を担う消費者の自覚を促すための導入として、今回は遺伝子組み換え食品を題材に、消費者とは単なる購入者ではなく、経済的投票権をもつ消費者であるとの自覚を持たせることを意図した。また、授業のなかでは、そこから消費者の5つの権利の説明へと結びつけることで、中学生段階の授業として実践し易いプログラムとした(2時間)。

##### (2) 高校生対象の具体的な授業内容

①「情報リテラシー」の重要性について、中学生の授業と同様に、買ってはいけない論争を教材として用い、この論争でとりあげられた商品のなかで、本研究の意図する多角的視野・社会的意思決定の育成に関して考察するのに適すると考えられる商品を4品とりあげた。そして、これらの商品に関する多様な情報を収集し検討する中で、消費者は何をを考えて商品・サービスを購入すべきかについて考えさせた(3時間)。

②また、次の段階としての「自らが選び取った情報をもとに、「持続可能」な社会を担う消費者として、多角的視野、かつ社会的意思決定な視点も組み入れて「考える」事に関しては、遺伝子組み換え食品をとりあげ、そのテーマについて、各自(グループ)が様々な方法で調べ、それらを発表・ディスカッションする方法をとった。具体的には、「遺伝子組み換え食品」をテーマにKJ法を用いて様々な角度から小テーマを出し合い(2時間)、興味・関心のあるテーマでグループ分けをした後、そのグループで課題学習を行う。(3時間)。さらに、各小テーマの報告をもとに、クラスディスカッションを行い(3時間)、それらを踏まえて今後の消費者のあり方について考える(1時間)というものである。

このような授業構成により、商品について知

り、考えた上で意思決定を行うこと、その結果として商品の選択という消費行動が営まれることを自覚させることとした。そのような行動こそが、持続可能な社会をにない消費者の行動であるとの認識を間接的に意識されることを目指したというものである。本稿においては、一連の研究の枠組みを中心に論じ、高校、中学における基本的な流れの紹介にとどめたが、授業の実践結果および検討内容については、第2報以降で報告することとする。

## 5. 要約

本研究では、家庭科教育において、「持続可能な社会」を目指した消費者教育の授業実践プログラムを考案することを目的とした。

そのために、「生活者としての消費者」の自覚と「多角的視野・社会的意思決定」を重視することとし、それを踏まえて中学生・高校生を対象にした授業実践プログラムを考案した。

授業の内容としては①「知る」～情報リテラシーの重要性～および、②「考える」～「持続可能な社会」を担う消費者の自覚～の2段階で構成し、一つの商品を選択する際に、多角的な視座から考察する重要性を学んだ後、生徒に関心の高い商品／テーマをとりあげ、生徒自らが主体的自立的多面的に考察が進められるように授業を組み立てた。これらの内容を含めた授業を、新たな消費者教育プログラムとして提案する。

なお、本稿は日本家庭科教育学会平成12年度例会において発表したものである。

## 引用・参考文献

i 松葉口玲子・天野晴子・伊藤セツ「生活時間と

- 環境配慮型消費行動との関係」『日本家政学会誌』vol.48. No. 9, 1997, p. 775-781.
- ii 大藪千穂・杉原利治「持続可能な社会のための生活指標と消費者教育」消費者教育第17冊, 1997, p. 13-24.
- iii 大藪千穂・杉原利治他「持続可能な社会のための消費者教育」消費者教育第19冊, p. 1-11.
- iv 松葉口玲子「持続可能な消費のための消費者教育に関する一考察」消費者教育第19冊, 1999, p. 33-44.
- v 住田和子・井上静香「総合学習としての「生態学的消費者教育」」『月刊家庭科教育』74巻3号, 2000, p. 31-37.
- vi 奥村美代子・財津庸子・川口恵子・宮瀬美津子「消費者行動の社会的責任を育成するための教材-その1」消費者教育第15冊, 1995, p. 157-166.
- vii 奥村美代子・財津庸子・川口恵子・宮瀬美津子「消費者行動の社会的責任を育成するための教材-その2」消費者教育第16冊1996, p. 61-70.
- viii 松葉口玲子「家庭科における環境教育・消費者教育の授業実践」『月刊 家庭科教育』73巻11号, 1999, p. 32-39.
- ix 武藤八恵子・松岡博厚・鶴田教子『消費者教育を導入した家庭科の授業』家政教育社, 1992, p. 23などがある。
- x 買ってはいけない論争については、マスコミ等でも話題にはなったが、特定の商品についてその危険性等を指摘し、有害であるから買ってはいけない、としている『買ってはいけない』という書籍が出版されたのに対し、「買ってはいけないは買ってはいけない」や「買ってはいけないは嘘である」等のアンチ本が出版され、それらの危険性や矛盾を指摘し、話題になったものである。
- 船瀬俊介他『買ってはいけない』週間金曜日1999, 夏目書房編集部編『買ってはいけないは買ってはいけない』夏目書房1999, 中川晶監修『買ってはいけない』解決編』データハウス1999.